



**University of
Zurich^{UZH}**

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2011

Spenden aus soziologischer Perspektive

Rössel, Jörg

Abstract: Jörg Rössel diskutiert aus soziologischer Perspektive die Frage, wie prosoziales Handeln etwa in Form von Altruismus erklärt werden kann. Dabei arbeitet er die Erklärungskraft intentionaler Erklärungen im Anschluss an Hedström heraus. Neben den Wünschen und Motiven des Handelns werden dabei die Überzeugungen und das Wissen der Akteure als wichtige Größen verstanden. Gerade letzteres wird in sozialwissenschaftlichen Erklärungen häufig übersehen, da vereinfachend ein »common knowledge« unterstellt wird. Rössel zeigt, wie wenig gerade davon im Bereich des Spendenwesens oder etwa bei fair gehandelten Gütern die Rede sein kann.

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich
ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-51595>
Journal Article

Originally published at:

Rössel, Jörg (2011). Spenden aus soziologischer Perspektive. BBE Newsletter, (12):online.

Spenden und prosoziales Handeln. Eine Einschätzung aus soziologischer Perspektive

(...) Bevor ich versuche, zentrale theoretische Ecksteine einer sozialwissenschaftlichen Erklärung von prosozialem Handeln im Allgemeinen und Spendenverhalten im Besonderen herauszuarbeiten, sollen die zentralen Begriffe prosoziales Verhalten, Altruismus und Spenden kurz definiert werden. Unter Altruismus und prosozialem Verhalten soll hier ein Handeln verstanden werden, das anderen Akteuren ökonomische Vorteile im weiteren Sinne verschafft, für den Akteur selbst aber mit ökonomischen Kosten verbunden ist (Fehr/Fischbacher 2003). Damit wird keine begriffliche Trennung zwischen prosozialem Verhalten und Altruismus vorgenommen, wie sie häufig in der Literatur zu finden ist (Bierhoff 2007: 299). Zumeist wird das Ziel des Akteurs als Unterscheidungskriterium herangezogen, wobei Altruismus als eine spezifische Teilmenge des prosozialen Handelns betrachtet wird, die primär durch das Ziel der anderen Person zu helfen und nicht durch eigennützige Motive hervorgerufen wird (Bierhoff 2007: 299; Piliavin 2004: 4 2; Monroe 1994: 862-863). Sicherlich ist es wichtig zu wissen, ob ein Akteur mit einer Handlung egoistische oder altruistische Ziele verfolgt, doch handelt man sich mit dieser Definition erhebliche Erklärungsprobleme ein. Die mit einer Handlung verbundenen Absichten gehören zu den wichtigsten erklärenden Ursachen derselben (Fishbein/Ajzen 1975). Wenn man aber diese Absicht in die Definition aufnimmt, so sind das Explanandum und das Explanans nicht mehr zu trennen, so dass eine systematische Erklärung nahezu verunmöglicht wird. Um solche Probleme zu vermeiden, verzichte ich bei der Definition von altruistischem Handeln auf die Berücksichtigung der Intention des Akteurs (vgl. Diekmann 2009: 203).

Spenden wiederum stellen eine spezifische Variante von prosozialem Handeln dar, bei dem ein freiwilliger Transfer von Geld, Sachen oder Leistungen für gemeinwohlorientierte Zwecke stattfindet, wobei der Spender keine äquivalente materielle Gegenleistung erhält (Priller/Sommerfeld 2005: 8; Lingelbach 2007: 30). Dieser Definition entspricht das Spenden von Geld an gemeinnützige Organisationen oder Hilfsaktionen, aber auch das Bereitstellen von Zeit im Ehrenamt, das Spenden von Blut oder der Kauf von Lotterielosen und Benefizschallplatten. Nachdem die zentralen Begriffe prosoziales respektive altruistisches Handeln einerseits und Spenden als eine Spezialform desselben andererseits definiert wurden, sollen im Folgenden die zentralen Eckpunkte einer sozialwissenschaftlichen Erklärung dieser Verhaltensweisen angesprochen werden. Dabei gehe ich von einem relativ einfachen Modell des Handelns aus, wie es z.B. von Peter Hedström in Anschluss an die analytische Philosophie des Handelns verwendet wird (Hedström 2005: 38ff.). Dabei

unterstellt man, dass Akteure mit ihrem Handeln erstens spezifische Wünsche und Ziele verfolgen, zweitens bestimmte Vorstellungen über die Welt haben und drittens mit verfügbaren Handlungsmöglichkeiten konfrontiert sind. (...) Diesen drei Bedingungen der Handlungserklärung werden sich daher auch die drei zentralen Abschnitte des Beitrags widmen: Abschnitt 2 beschäftigt sich mit Motiven und Anreizen prosozialen Handelns, Abschnitt 3 mit Überzeugungen und Informationen als Grundlagen der Handlungsbereitschaft und Abschnitt 4 schließlich mit den Handlungsrestriktionen und -ressourcen, die die Handlungsmöglichkeiten der Akteure bestimmen. (...)

Motive und Anreize prosozialen Handelns

(...) In Anlehnung an die Überlegungen von Opp (1999) sollen hier zwei Typen von Handlungsanreizen in ihrer Relevanz für das Spenden betrachtet werden, einerseits moralische Anreize, die dem Akteur bestimmte Verhaltensweisen als normativ geboten erscheinen lassen und andererseits soziale Anreize, die vor allem die Wirkungen des Handelns bei unbeteiligten Dritten, insbesondere im sozialen Netzwerk des Akteurs im Blick haben.

Moralische Anreize: Normen, Werte, Empathie

Bei der Erklärung von altruistischem respektive prosozialem Handeln stößt man unvermeidlich auf die Frage, ob dieses Verhalten erklärt werden kann, wenn man unterstellt, dass Menschen eigennützige Akteure sind oder ob man davon ausgehen muss, dass Menschen in ihrem Handeln auch durch moralische Anreize – seien dies internalisierte Normen, kulturelle Werte oder empathisches Mitleiden mit Personen, die unverschuldet in Not geraten sind – geleitet werden. Insbesondere Wirtschaftswissenschaftler und Evolutionsbiologen gehen in der Regel von der erstgenannten Annahme aus und berücksichtigen daher nur materielle Anreize in Handlungserklärungen (Monroe 1994). Hier muss in der Tat berücksichtigt werden, dass soziale Kooperation und die Entstehung von Normen auch aus dem Handeln eigennütziger Akteure erklärt werden können, allerdings nur unter relativ speziellen Bedingungen (häufige Wiederholung von Interaktionen, kostenlose Sanktionen, Entstehung von Reputation), die das gesamte Ausmaß von altruistischem und kooperativem Handeln kaum zu erklären vermögen (Diekmann 2009; Gintis 2003). In der Forschung insbesondere aus der experimentellen Spieltheorie, liegt inzwischen eine beeindruckende empirische Evidenz vor, die aufweist, dass man altruistisches Handeln nicht allein auf eigennützige Kalküle zurückführen kann (Henrich et al. 2005; Fehr/Fischbacher 2003). Insofern zeigt sich auch in zeitgenössischen ökonomischen und psychologischen Theorien, dass diese moralischen Anreize eine gewisse, zum Teil sogar eine zentrale Rolle zusprechen (Gintis 2003; Bierhoff 2007). (...)

Darüber hinaus kann natürlich auch die Frage gestellt werden, wie diese moralischen Motive beim Menschen überhaupt entstehen. Dabei kann einerseits der Blick auf Prozesse der Sozialisation und der Internalisierung spezifischer moralischer

Orientierungen durch eigene Hilfeeindrücke und Interaktionen gerichtet werden (Van Lange et al. 1999; Lee et al. 1999; Gintis 2003), andererseits muss aber auch betrachtet werden, wie diese Motivlagen evolutionär entstanden sind. Vor allem die evolutionäre Anthropologie macht deutlich, dass Menschen im Vergleich zu anderen Primaten ein stärker kooperatives und altruistisches Verhalten zeigen (vgl. Jensen/Call/Tomasello 2007). Während andere Primaten sich in Experimenten typischerweise als rationale Nutzenmaximierer erweisen, verfolgen Menschen in stärkerem Maße kooperative und altruistische Strategien. (...)

Soziale Anreize: Anerkennung, Status und Reputation

Neben den moralischen werden in der soziologischen Handlungs- und Entscheidungstheorie die sozialen Motive auch zu den sogenannten „weichen Anreizen“ gezählt, da es sich bei beiden nicht um im engeren Sinne ökonomische respektive materielle Vorteile handelt (Opp 1999). Während es sich allerdings bei den moralischen Anreizen um uneigennützige Motive handelt, da sie nicht mit äußeren Vorteilen verbunden sind, handelt es sich bei sozialen Anreizen um eigennützige Motive, da es hier um die positiven oder negativen Konsequenzen von Entscheidungen und Handlung in Relation zu ganz bestimmten Bezugspersonen geht. Dabei kann es um unterschiedliche Arten von Vor- und Nachteilen gehen: von der sozialen Anerkennung durch Freunde, Familie und Bekannte, über den Gewinn eines hohen sozialen Status auch gegenüber nicht bekannten Personen bis hin zur Signalisierung einer guten Reputation.

(...)

Soziale Motive stellen also ein lohnendes Thema für die sozialwissenschaftliche Forschung zum prosozialem Verhalten dar. Sie entstehen aus dem sozialen Kontext des Handelns, insbesondere den anderen Menschen, die einer Person Anerkennung oder Missachtung, Statusgewinn oder -verlust zusprechen. Dies verweist wiederum darauf, dass Personen typischerweise in soziale Milieus eingebettet sind, die sie in bestimmten Handlungen unterstützen, während andere Verhaltensweisen sanktioniert werden (Rössel 2005). Beispielsweise wird in einem umweltorientierten Milieu eine Spende an einen Automobilclub nicht für soziale Anerkennung sorgen, sondern eher zu Verwunderung, Kritik und Missachtung führen. Insofern verweisen soziale Anreize in spezifischer Weise auf die sozialstrukturelle Lokalisierung des Spendenverhaltens in bestimmten sozialen Gruppen, die für die Erklärung der besonderen Ausrichtung des Spendenverhaltens durchaus erklärungskräftig sein dürfte. Dies zu zeigen, ist eine Aufgabe der zukünftigen Forschung.

Überzeugungen und Informationen als Grundlage von Handlungsbereitschaft

In dem von Hedström adaptierten Modell des Handelns standen neben den Wünschen und Motiven des Handelns die Überzeugungen und das Wissen der Akteure als zweite wichtige Größe. Diese werden in sozialwissenschaftlichen

Erklärungen häufig übersehen, da man davon ausgeht, dass alle Akteure über ein „common knowledge“ verfügen, sich also in einer geteilten und unhinterfragten Lebenswelt mit einem gemeinsamen Wissen bewegen (Diekmann 2009: 54). Dies mag für die Bewohner der Bundesrepublik Deutschland im Hinblick auf die Wahl des Verkehrsmittels zwischen München und Hamburg noch halbwegs zutreffen, doch wenn es um das Spenden für gemeinwohlorientierte Zwecke geht, kann davon ausgegangen werden, dass Informationen über einen großen Teil der Hilfsprojekte, die meisten wohltätigen Organisationen und eine Vielzahl von Notleidenden nicht zum gemeinsam geteilten Wissen gehört. Damit ergibt sich allerdings ein erhebliches Informationsproblem, da der größte Teil der verschiedenen Angebote im Spendenmarkt dem gewöhnlichen Spender nicht bekannt ist und damit auch nicht Teil der subjektiv wahrgenommenen Handlungsmöglichkeiten werden kann.

(...) Doch es geht nicht allein um das Wissen über verschiedene Möglichkeiten des Spendens, sondern auch um Informationen, die wiederum Grundlage für moralische Motive des prosozialen Handelns werden können. So ist für das Spenden aus moralischen Gründen die Information über das Ausmaß einer Katastrophe von zentraler Bedeutung, aber auch die Beschreibung der Notleidenden als unschuldige und damit legitime Opfer (Wenzel/Scholz 2010). Darüber hinaus ist das Wissen über die Spendenorganisationen für die Spender auch noch in einer anderen Sicht von großer Bedeutung, wenn es nämlich um deren Vertrauenswürdigkeit und Effektivität geht. Spenden werden nur dann getätigt, wenn man davon ausgeht, dass das Geld auch tatsächlich bei den notleidenden Menschen ankommt und nicht ineffektiv verwendet wird oder gar in korrupte Kanäle fließt. Das Beispiel des Vertrauens potenzieller Spender in die Effektivität und die Glaubwürdigkeit von Spendenorganisationen verdeutlicht noch einmal, dass die Überzeugungen der Akteure als eine Variable bei der Erklärung des Spendenverhaltens nicht vernachlässigt werden darf, auch wenn sie uns manchmal, wenn es um das „common knowledge“ geht, als trivial erscheinen.

Eine zentrale Rolle bei der Verbreitung von relevantem Wissen auf dem Spendenmarkt spielen in gegenwärtigen Gesellschaften die Massenmedien (vgl. Lingelbach und Wenzel/Scholz 2010). Diese lösen das Informationsproblem der Spender, indem sie auf kostengünstige Weise Informationen über den Spendenmarkt bereitstellen. Damit wird im Prinzip eine höhere Markttransparenz hergestellt, was vor allem Breidenbach anhand der Möglichkeiten des Internets verdeutlicht (ebd.), wobei allerdings die Spender die Vielzahl von Informationen insgesamt wiederum nur unter relativ hohen Kosten wahrnehmen können. Aus Gründen der Kostenminimierung werden sich daher viele potenzielle Spender über mögliche Ziele des Spendens lediglich anhand der in den Massenmedien besonders präsenten Organisationen, Katastrophen und Hilfsprojekte informieren (Wenzel/Scholz in diesem Band). Nach Breidenbach werden hier auch die neuen Medien eine breitere Bereitstellung von Informationen gewährleisten können, sie werden aber vermutlich

nicht dazu führen, dass Personen systematisch mehr Zeit und Ressourcen in die Informationssuche investieren werden. Die Selektivität der Medienberichterstattung wird also weiterhin dazu führen, dass eine gewisse Konzentration der Spendenaktivität auf wenige, stark in den Massenmedien präsente Katastrophen zu finden sein wird. Freilich darf neben diesem Fokus auf die Massenmedien auch nicht unterschätzt werden, dass auch die Spendenorganisationen selbst durch Werbung in unterschiedlichster Form (Kampagnen und Direktansprache der potenziellen Spender) Informationen verbreiten und zur Verfügung stellen können. (...)

Es wurde deutlich, dass die Verbreitung von Wissen und Informationen eine zentrale Grundlage für die Erklärung der Spendenbereitschaft – insbesondere für die Erklärung der Spenden an bestimmte Organisationen und für bestimmte Zwecke – darstellt. Die Erklärung lässt sich theoretisch konsistent an das oben entwickelte Modell des Handelns anschließen. (...)

Handlungsrestriktionen und Ressourcen

Die Handlungsmöglichkeiten der Akteure sind eine offensichtliche und relevante Größe bei der Erklärung von prosozialem Handeln im Allgemeinen und Spenden im Besonderen. Dabei sollen an dieser Stelle vor allem zwei Punkte hervorgehoben werden. Die Handlungsmöglichkeiten von Akteuren sind einerseits durch externe Restriktionen beschränkt, die kurzfristig durch die Akteure nicht verändert werden können und die auch nicht unter ihrer Kontrolle stehen. Andererseits sind Handlungsmöglichkeiten aber auch durch die Ressourcen eingeschränkt, die unter der Kontrolle der Akteure stehen und von diesen für prosoziales Handeln eingesetzt werden können oder nicht. Aus dem klassischen Modell des Homo Oeconomicus lassen sich an dieser Stelle zwei Prognosen über die Verwendung von Ressourcen ableiten: Erstens würde ein strikt eigennutzorientierter Akteur niemals ökonomische Leistungen ohne äquivalente Gegenleistung erbringen, also Ressourcen nicht für Spenden einsetzen. Zweitens kann man aber davon ausgehen, dass bei einer Verringerung der Kosten für das Spendenverhalten auch ein Zuwachs an Spenden eintreten sollte. (...)

Neben der Ausstattung von Akteuren mit Ressourcen schränken aber vor allem externe Handlungsrestriktionen die Spendenmöglichkeiten für Personen ein. So kann Lingelbach plastisch demonstrieren, dass die staatliche Regulierung des Spendenmarktes in Deutschland bis in die 1950er Jahre hinein die Möglichkeiten des Spendens und der Tätigkeit von wohltätigen Organisationen stark begrenzte (Lingelbach 2007).

(...)

Fazit

Es soll deutlich geworden sein, dass prosoziales Handeln im Allgemeinen und Spenden im Besonderen nur aus einer interdisziplinären Perspektive erklärt werden können, wobei die verschiedenen Disziplinen unterschiedliche Bausteine für ein integriertes Erklärungsmodell liefern. Kann die Evolutionsbiologie vor allem die spezifischen biologischen Bedingungen menschlichen Handelns und ihre evolutionäre Herkunft erklären, so wendet sich die Ökonomie vor allem der Relevanz ökonomischer Anreize zu. Die Psychologie kann vor allem das Zusammenspiel von spezifischen Einstellungen und Persönlichkeitsmerkmalen, Empathie und affektiven Zuständen bei der Entscheidung für prosoziales Handeln aufklären, während die Soziologie insbesondere soziale und moralische Anreize einerseits, die nichtmonetären Handlungsrestriktionen andererseits in den Vordergrund stellt. Nur aus der Integration dieser unterschiedlichen Ecksteine kann ein erklärungskräftiges Modell des Spendenverhaltens resultieren, das auch berücksichtigen kann, dass verschiedene Personen aus ganz unterschiedlichen Motiven zu einer Spende bereit sind. (...)

Jörg Rössel studierte Soziologie und Geschichte in Berlin. Seit 2008 ist Rössel Professor für Soziologie an der Universität Zürich. Seine Forschungsschwerpunkte sind Sozialstrukturanalyse, Soziologische Theorie, Politische Soziologie, Historisch-vergleichende Soziologie sowie Empirische Kulturosoziologie.

Kontakt: roessel@soziologie.uzh.ch